Projekti Ministarstva turizma i utjecaj na hrvatsko gospodarstvo

Tomić, Dorotea

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:193472

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

DOROTEA TOMIĆ

PROJEKTI MINISTARSTVA TURIZMA I UTJECAJ NA HRVATSKO GOSPODARSTVO

Završni rad

Pula, rujan 2017.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

DOROTEA TOMIĆ

PROJEKTI MINISTARSTVA TURIZMA I UTJECAJ NA HRVATSKO GOSPODARSTVO

Završni rad

JMBAG: 0303049881, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomika turizma

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam i trgovina

Mentorica: doc. dr. sc. Sanja Blažević Burić

Pula, rujan 2017.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Dorotea Tomić, kandidatkinja za prvostupnicu poslovne ekonomije, smjera Turizam ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Dorotea Tomić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Projekti Ministarstva turizma i utjecaj na hrvatsko gospodarstvo koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

_____

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Ministarstvo turizma 3
   2.1. Ministarstvo turizma – organizacija 3
   2.2. Ministarstvo turizma – aktivnosti 5
3. Strateški projekti Ministarstva turizma 7
   3.1. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine 7
   3.2. EU programi za turizam 13
      3.2.1. Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020. 13
      3.2.2. Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. 16
   3.3. Akcijski planovi 19
      3.3.1. Akcijski plan razvoja zelenog turizma 19
      3.3.2. Akcijski plan razvoja cikloturizma 21
      3.3.3. Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu 23
4. Učinci projekata na turističko tržište RH 25
   4.1. Investicijska aktivnost na turističkom tržištu RH 2014. - 2020. 25
   4.2. Primjeri projekata 29
      4.2.1. Projekt podizanje kvalitete ljudskih potencijala kao preduvjet konkurentnosti hrvatskog kamping sektora 29
      4.2.2. Projekt uređenje plaže Val de lesso 30
      4.2.3. Projekt virtualna avantura moslavačke tradicije 33
   4.3. Komentari na provedene projekte 37
5. Zaključak 38
6. Literatura 39

Popis slika 42

Popis tablica 43

Sažetak 44

Summary 45

1. Uvod

Tema ovog rada glasi „Projekti Ministarstva turizma RH i utjecaj na hrvatsko gospodarstvo“. Ministarstvo turizma provodi razne poslove koji su usko vezani za turizam, a neki od poslova su razvoj selektivnih oblika turizma, poboljšanje hrvatskog turizma pomoću investicija, usvajanje različitih strategija kojima se nastoji postići konkurentska sposobnost zemlje, razvoj i poboljšanje kvalitete turističke i ugostiteljske djelatnosti i drugo.

Na samom početku rada govori se o Ministarstvu turizma, odnosno detaljnije o njegovim aktivnostima te organizaciji. Sljedeće poglavlje bavi se temom strateških projekata Ministarstva turizma. U tom poglavlju bit će govora o Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine, o viziji turizma RH te koja su temeljna načela te strategije. Također, diskutira se o prepoznatljivosti RH na međunarodnom tržištu. U operativne strategije svrstavaju se Strategija ciljnih tržišta i Strategija tržišnih segmenata. Svaka strategija bit će detaljnije objašnjena, a u drugoj strategiji prikazat će se ključni potrošački segmenti.

Ulaskom u Europsku uniju Republika Hrvatska postala je korisnica sredstava iz europskih fondova. U razdoblju 2014. - 2020. godine Europski strukturni fondovi raspoređeni su kroz tri operativna programa: Operativni program Konkretnost i kohezija 2014.-2020., Operativni programi Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. i Program ruralnog razvoja RH 2014.-2020. Prioriteti za turizam u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija navode se u nastavku. Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali temelji se na ulaganjima u četiri cilja - visoko zapošljavanje i mobilnost radne snage, socijalno uključivanje, obrazovanje i cjeloživotno učenje te na samom kraju dobro upravljanje. Nakon provedbe operativnih programa slijede akcijski planovi, a njihovi ciljevi su uspostava smjernica za usuglašeno djelovanje važnih nositelja turističke i gospodarske politike na nacionalnoj razini kako bi postigli konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma. Ministarstvo turizma provodi sljedeće planove: Akcijski plan razvoja kongresnog turizma, zelenog turizma, kulturnog turizma, cikloturizma, nautičkog turizma, zdravstvenog turizma, nacionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža, program razvoja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu, program razvoja socijalnog turizma te program jačanja konkurentnosti ljudskih

potencijala u turizmu. Nekoliko od navedenih planova u nastavku se detaljnije objašnjavaju.

Posljednje poglavlje „Učinci projekata na turističko tržište RH“ sadrži uvodni dio o greenfield i brownfield investicijama. Saznaje se koje vrste investicija prevladavaju u Hrvatskoj. Nakon istraživanja i analize prikazuje se koliko se sredstava trošilo za određene programe i projekte te koliko ih je prijavljeno. Osim toga dat će se uvid u već implementirane ali i one projekte u tijeku kako bi se saznalo koje su koristi i prednosti za turizam i širu društvenu okolinu.

Cilj rada je analizirati strategije Ministarstva turizma kojima se nastoji postići veća konkurentnost gospodarstva te bolji gospodarski rast razvojem turizma te istražiti različite projekte koji mogu otkloniti probleme hrvatskog turizma.

Korištene su metode analize, dedukcije, indukcije, generalizacije, kompilacije i statističke metode.

2. Ministarstvo turizma

Ministarstvo turizma provodi različite poslove koji će se u sljedećim poglavljima navesti i opisati. Govorit će se o organizaciji Ministarstva turizma, odnosno planiranju poslova, raznim upravama kojima je cilj održati kvalitetu i konkurentnost zemlje te o aktivnostima Ministarstva turizma.

2.1. Ministarstvo turizma – organizacija

Funkcioniranje jedinica Ministarstva turizma te planiranje poslova uređuje se Uredbom o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva turizma. U toj uredbi nalaze se upravne organizacije Ministarstva turizma koji se navode u nastavku.

Upravne organizacije Ministarstva turizma su: kabinet ministra, glavno tajništvo, uprava za upravljanje kvalitetom, međunarodnu suradnju i EU, uprava za konkurentnost, uprava za upravljanje turističkom destinacijom, uprava za pravne poslove, samostalni sektor turističke inspekcije, samostalni odjel za provedbu i praćenje strategije razvoja turizma, samostalni odjel za informiranje i održavanje mrežnih stranica te samostalni odjel za unutarnju reviziju.[1]

Kabinet ministra provodi računovodstvene poslove u ime ministra te njegovog zamjenika, također stupa u kontakt s predstavničkim tijelom građana i nositeljem zakonodavne vlasti u RH te Vladom RH koja obavlja izvršnu vlast. Kabinet provodi različita neslaganja i tužbe građana te je povezan sa Samostalnim odjelom za informiranje i održavanje mrežnih stranica.

Glavno tajništvo podrazumijeva službu za ljudske potencijale, pravne, informatičke i opće poslove, nabavu i službu za proračun i financije.[2] Prva navedena služba bavi se poslovima vezanim uz ljudske potencijale, odnosno prioriteti su radni odnosi,

[1]Prema: Uredba o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva turizma (NN 55/14) http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_05_55_1030.html, (1.7.2017.)

[2]Prema: Uredba o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva turizma (NN 55/14) http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_05_55_1030.html, (1.7.2017.)

zapošljavanje, kao i istraživanje te poboljšanje mjera za poticanje zapošljavanja. Također, ova služba potiče te provodi edukaciju zaposlenih. Glede nabave, služba je zadužena za točnost i reguliranje u skladu sa zakonom. Služba za proračun i financije bavi se evidencijom financijskih transakcija koje su se dogodile u organizaciji te donose prijedloge za izradu novih.

Uprava za upravljanje kvalitetom utvrđuje turističku politiku, istražuje i analizira prikupljene podatke s tržišta o turizmu u RH i na međunarodnim tržištima kako bi postigla bolju tržišnu konkurentnost i donijela inovativnost u ponudi s ciljem poboljšanja te poticala razvoj dodatnih usluga u turizmu. Također provodi kategorizaciju i kvalitetu ugostiteljskih i turističkih objekata.

Uprava za konkurentnost predlaže mjere kojima se nastoji potaknuti ulaganje, kao i mjere kojima se osigurava implementacija projekata investiranja u turizam. Osim navedenog potiče unapređenje same konkurentnosti glede turizma RH te se bavi pitanjem održivog razvoja. Uprava za upravljanje turističkom destinacijom zadužena je za praćenje zadaća turističkih zajednica i za razvoj turističkih destinacija. Odnosno, bavi se očuvanjem resursa u destinaciji te potiče razvoj novih trendova.

Uprava za pravne poslove bavi se izrađivanjem zakona i propisa gdje predlaže i sama izrađuje planove normativnih aktivnosti. Neki od takvih propisa su: Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o inspekcijama u gospodarstvu, Zakon o postupcima naknade štete zbog povrede prava tržišnog natjecanja, Zakon o izmjenama Zakona o socijalnoj skrbi, Zakon o Agenciji za mobilnost i programe EU i drugi.[3]

„*Samostalni sektor turističke inspekcije obavlja inspekcijske i druge poslove koji se odnose na primjenu zakona i drugih propisa u području obavljanja ugostiteljske djelatnosti, odnosno pružanja ugostiteljskih usluga i/ili pružanja usluga u turizmu, osim u slučaju neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti ili neregistriranog pružanja*

[3]Prema: Ured za zakonodavstvo – Godišnji plan normativnih aktivnosti za 2017. godinu https://zakonodavstvo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/161229%20GTVRH%20Godisnji%20plan%20PRIJEPIS%20final%203.0.pdf, (1.7.2017.)

usluga u ugostiteljstvu i/ili turizmu; prati primjenu propisa iz svoga djelokruga; pruža stručnu pomoć inspektorima…“[4]

Samostalni odjel za provedbu i praćenje strategije razvoja turizma daje obavijest o prikupljenim informacijama sa sjednice te istražuje provedene akcijske planove Strategije razvoja turizma. Samostalni odjel za informiranje i održavanje mrežnih stranica omogućuje obavijesti o aktivnostima Ministarstva turizma u javnosti, putem društvenih mreža, nastoji stvoriti nove edukativne aktivnosti putem interneta, uređuje web stranicu Ministarstva te ima zadatak promovirati aktivnosti Ministarstva.[5]

Samostalni odjel za unutarnju reviziju ima za cilj pružiti potporu korisniku proračuna, procijeniti sustave unutarnjih kontrola, daje stručno mišljenje i savjete za unapređenje poslovanja te im pomaže kod upravljanja s rizicima, kontrolom i gospodarenjem. Na vrhu Ministarstva je ministar koja upravlja njegovim radom, dok zamjenik ministra zamjenjuje ministra tijekom njegove odsutnosti.

2.2. Ministarstvo turizma – aktivnosti

Ministarstvo turizma bavi se i potiče razvoj i ulaganje u turizam, donosi turističku politiku, nove strategije kojima se nastoji postići razvoj hrvatskog turizma te poboljšanje kvalitete kao i jačanja gospodarstva. Osim toga Ministarstvo turizma nastoji razviti nove trendove glede selektivnih oblika turizma, ali i dobre odnose na međunarodnom tržištu.

Također, provodi istraživanja i analize kako bi se poticalo na poboljšanje kvalitete ugostiteljske ponude, s ciljem stvaranja što većeg broja zadovoljnih i lojalnih turista, ali i prihoda od turizma.

[4]Uredba o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva turizma (NN 55/14) http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_05_55_1030.html, (1.7.2017.)

[5]Prema: Uredba o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva turizma (NN 55/14) http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_05_55_1030.html, (1.7.2017.)

Osim toga Ministarstvo provodi neposredne i posredne inspekcijske nadzore gdje se ukoliko se steknu nepravilnosti i nedostatci, sastavlja zapisnik i tim se pokreću zakonom predviđene mjere.

„Ministarstvo u svojstvu resornog ministarstva sudjeluje u poslovima upravljanja i raspolaganja dionicama i poslovnim udjelima trgovačkih društava koji čine državnu imovinu u vlasništvu Republike Hrvatske, u pogledu trgovačkih društava koja se pretežno bave djelatnostima iz područja nadležnosti resornog ministarstva, utvrđenima ovim Zakonom.“[6] Dakle, Ministarstvo zajedno sa ministrom kojemu je povjereno neko ministarstvo obavlja poslove usko vezanim za dionice koje skupa sačinjavaju resurs kojima država RH raspolaže.

Ministarstvo turizma sudjeluje u međunarodnoj suradnji, odnosno pripremama i samim strategijama koje su financirane od strane Europske unije, koja zemlji donose ubrzanje rasta i podizanje konkurentnosti gospodarstva.[7]

Postoji mnoštvo poslova kojima Ministarstvo upravlja, no ipak treba spomenuti i promicanje hrvatskog turizma u zemlji i inozemstvu koje je bitno zbog unapređenja postojećih turističkih proizvoda, jačanje lokalne inicijative, bolje promocije destinacijskih turističkih proizvoda, prepoznatljivosti turističke destinacije i drugo.

Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu, čime se bavi Ministarstvo, može se postići kroz unapređenje vještina, promoviranja informacijskih tehnologija, unapređenja međunarodne percepcije Hrvatske kao turističke destinacije, poticanje proizvodnih klastera na regionalnoj razini te specijalizacije putem certificiranja. Time će se stvoriti poduzetnička klima, produljiti sezona, povećati samozapošljavanje, povećati kvaliteta usluge, stvoriti dodatni sadržaji, jačati poduzetnički interes i slično.

[6]Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, http://www.mspm.hr/print.aspx?id=9&url=print, (1.7.2017.)

[7]Prema: Zakon o ustrojstvu i djelokrugu ministarstva i drugih središnjih tijela državne uprave (NN 93/16), http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_10_93_1969.html, (1.7.2017.)

3. Strateški projekti Ministarstva turizma

Strateški projekti su oni dugoročni projekti koji rezultiraju većim brojem zaposlenih te uvode inovacije u tehnologiji gdje se dolazi do bolje kvalitete životnog standarda kao i očuvanju okoliša, što u konačnici dovodi do konkurentnosti hrvatskog gospodarstva te održivosti turizma. Sljedeća poglavlja govore o Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine, Operativnim strategijama, EU programima za turizam i Akcijskim planovima.

3.1. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

Strategija razvoja turizma RH do 2020. kreće od istraživanja i analize te na temelju prikupljenih podataka, vezanim uz razvoj turizma i mogućnosti njegovog napretka, dolazi do relevantnih činjenica koje pokazuju uspjeh kojim navedena strategija teži.

Razvoj hrvatskog turizma u sljedećim godinama treba biti sukladan s raznim politikama koje su potrebne za razvoj turizma. Dakle, to su nacionalne politike, politike sličnih sektora i politike Europske unije.[8] Time bi se omogućili dugoročni trendovi kao i prilike za Hrvatsku, a time se misli na društveno okruženje, turiste koji žele nove doživljaje i iskustva te kontakt s lokalnim stanovništvom, problematiku okoliša gdje će turizam postupati društveno odgovorno i na tehnologiju koja nastoji ubrzati svoj razvoj i broj njegovih korisnika.

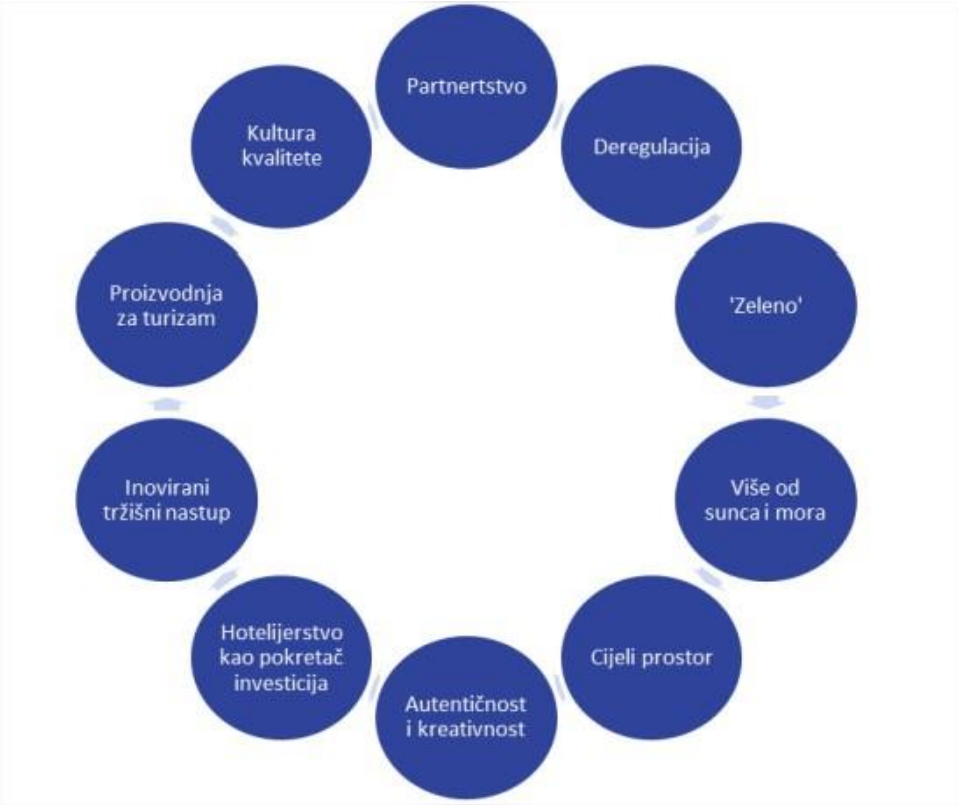
Također s dugoročnim trendovima dolaze i novi kupci kojima se mora individualno pristupati, zbog sve većih afiniteta, želja i potreba, proizvodi se moraju poboljšati i stvoriti novi ukoliko se želi zadržati postojeće kupce i privući nove.

Kako bi razvoj hrvatskog turizma bio na dobrom putu potrebno je upravljati resursima koje zadovoljavaju jedinstvene zahtjeve održivog poslovanja. Prema tome, viziju razvoja turizma treba zasnivati na načelima prikazanim na slici 1.[9]

[8]Prema: Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

[9]Prema: Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

Slika 1. Razvojna načela turizma RH do 2020. godine



Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf (1.7.2017.)

Partnerstvo potiče na međusobnu suradnju između dionika kojim se nastoji spriječiti poteškoće i poboljšati rad ministarstva, odnosno potiče se na efikasniji rad. Institucionalno dereguliranje predstavlja poticajne i dostupne okvire zajedničkih institucija kojima upravljaju one države koje žele međusobno surađivati. Cilj ekološkog odgovornog razvoja je unaprijediti novu tehnologiju i opremu kako bi se racionalno raspolagalo destinacijom i štitio okoliš.[10]

Načelo „Više od sunca i mora“ podrazumijeva razvoj i unapređenje novih selektivnih oblika turizma. Načelo „Turizam na cijelom prostoru“ potiče razvoj kontinentalnih destinacija koje su financirane od strane EU.

Zbog svoje vodeće prirodne autentičnosti i kreativnosti Hrvatska se pozitivno razlikuje od drugih vodećih destinacija. Viziju razvoja turizma treba temeljiti i na hotelijerstvu u

[10]Prema: Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

smislu izgradnje novih ugostiteljskim objekata ali i obnova starih sa više dodatnih sadržaja. Glede inovacije prioritet ima imidž koji mora biti prepoznatljiv i autentičan.

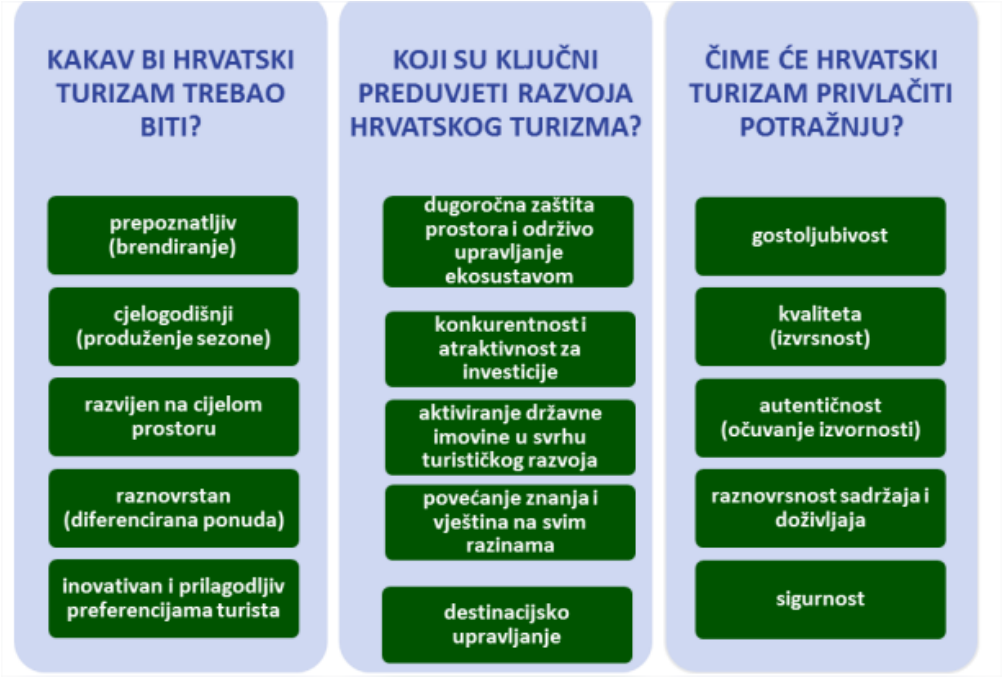
Načelo „Proizvodnja za turizam“ smatra da bi domaći proizvođači trebali stupiti u kontakt sa sektorima direktno vezanih uz turizam u svrhu poboljšanja njihovih proizvoda. Prema kulturi kvalitete nastoji se unaprijediti već postojeća razina kvalitete, zatim edukacija zaposlenih, poboljšanje standarda ugostiteljskih objekata, izdavanje certifikata za najbolje proizvođače i drugo.

Ukoliko se navedena načela budu ispunila Hrvatska će biti prepoznatljiva na međunarodnom tržištu sa vrhunskom kvalitetom domaćih proizvoda, što će u konačnici dovesti do višeg stupnja konkurentnosti turističkog tržišta. Razvojem novih selektivnih oblika turizma doći će do zadovoljenja potreba većeg broja klijenata, jer suvremeni turisti teže za novim iskustvom, doživljajima, atrakcijama i dr. Također konstantnom edukacijom djelatnika pridonijet će se novim znanjima i kompetencijama koja će se moći implementirati u daljnjem poslovanju.

Nova vizija razvoja hrvatskog turizma temelji se na sustavu vrijednosti gdje se odgovara na tri bitna pitanja prikazana na slici 2.[11]

[11]Prema: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

Slika 2. Vizija razvoja turizma RH do 2020.



Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

Razvojna vizija hrvatskog turizma glasi: „*Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održivi način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja*.“[12]

Zaključuje se kako turizam znatno pridonosi gospodarskom rastu Republike Hrvatske i blagostanju njenih građana, pri tome se bazirajući na održivom korištenju kulturno-povijesnih i prirodnih potencijala te je održivi razvoj turizma prepoznat kao temelj razvoja turizma i kao glavna značajka gospodarskog blagostanja naše zemlje. U nastavku se diskutira o operativnim strategijama.

[12]Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

U operativne strategije svrstavaju se strategija ciljnih tržišta i strategija tržišnih segmenata. Strategija ciljnih tržišta do 2020. godine (tab. 1.) bazira se na pet grupa (emitivnih geografskih) tržišta - vodeća, sklona, susjedna, izazovna i udaljena tržišta.[13]

Tablica 1. Ciljna geografska tržišta i potrošački segmenti

Ciljana geografska tržišta							
Tržišta	Emitivna Zemlja	Udio (2020)	Rast (2012-2020)	Tržišta	Emitivna zemlja	Udio (2020)	Rast (2012-2020)
Vodeća	Njemačka	21%	3% - 5%	Izazovna	Rusija	4%	7% - 10%
	Slovenija	9%	1,5% - 3%		Nizozemska	4%	4% - 6%
	Austrija	8%	4%		V. Britanija	2%	2,5% - 8%
	Hrvatska	7,5%	1% - 2%		Francuska	3%	1,5% - 8%
	Italija	7%	0,7% - 2%		Španjolska	1%	5% - 10%
Sklona	Češka	6%	1% - 3%		Skandinavija	3,5%	1% - 7%
	Poljska	6%	4% - 6%	Udaljena	SAD	1%	5% - 6%
	Slovačka	5%	5% - 8%		Kanada	0,4%	10%
Susjedna	Mađarska	2,5%	0% - 4%		Australija	0,5%	10%
	BiH	2%	4% - 6%		Japan	0,4%	8%
	Srbija	1%	4% - 5%		Kina	0,1%	10% - 12%

Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

Iz tablice je vidljivo da vodeća tržišta čine Njemačka, Slovenija, Austrija, Hrvatska i Italija. Najveći udio (21%) te rast potrošnje ima Njemačka sa 3%-5%, a najmanji u toj skupini zemalja ima Italija sa 7% udjela i rasta 0,7%-2%. Sklona tržišta čine Češka i Poljska koja imaju jednak udio od 6% te Slovačka sa 5% udjela. Sljedeća tržišta su tzv. susjedna, Mađarska, BiH te Srbija. Izazovna tržišta čine Rusija i Nizozemska sa 4% udjela, zatim V. Britanija, Francuska, Španjolska i Skandinavija. SAD, Kanada, Australija, Japan i Kina čine udaljena tržišta. Zanimljivo je što Kina ima najmanji udio 0,1%, a najveći rast čak 10%-12%. Također, isto se može reći za ostala udaljena tržišta poput Japana, Australije i Kanade.

[13]Prema: Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

Dakle, navedena strategija nastoji osigurati veću konkurentnost na tržištu, povećanje prihoda kao i dobro marketinško upravljanje koje će dovesti do prepoznatljivosti našeg tržišta.

Prema strategiji tržišnih segmenata ključni potrošački segmenti svrstavaju se u šest grupa: Mladi (18 – 24 godine), DINKS (parovi s dvostrukim primanjima, bez djece), Obitelji, Empty nesters (radno aktivni ljudi čija su djeca napustila roditeljski dom i žive samostalno, 50 – 65 godina), Zlatna dob (umirovljenici bez većih zdravstvenih problema, 65+godina) i Specijalizirani organizatori poslovnih putovanja.[14]

Mladi su dapače vrlo različiti što se tiče njihovih potreba i želja, imaju drugačije načine putovanja jedni od drugih, uglavnom putuju za vrijeme praznika te se fokusiraju na jeftiniji prijevoz i smještaj. Informacije dobivaju putem interneta. DINKS parovi imaju novaca ali ne i vremena stoga se zanimaju za kraće odmore i nije im bitno koliko novca će potrošiti na putovanju. Informiraju se također putem interneta ali i časopisa.

Glede obitelji razlikuju se one s mlađom djecom gdje je cilj udovoljiti najmlađima, dok se za one obitelji sa starijom djecom nastoji pokriti sve potrebe svih članova. Takvi potrošači često putuju tijekom praznika i informiraju se putem usmene predaje. Empty nesters segmenti putuju često i nije im bitno koliko će putovanje iznositi. Također paze na prehranu te nastoje zdravo živjeti. Informacije dobivaju putem interneta te se sami informiraju preko preporuka.

Potrošački segmenti „Zlatna dob“ preferiraju razgledavanje kulturnih znamenitosti, bitan im je smještaj, ali isto tako paze i da cijena nije previsoka. Uglavnom se informiraju o putovanjima putem preporuka. Specijalizirani organizatori poslovnih putovanja više se baziraju na one destinacije koje imaju veću kvalitetu usluga.

Ovom podjelom osigurava se kvalitetnija ponuda kako bi se zadovoljile sve skupine segmenata koji su danas sve zahtjevniji, iskusniji i profinjeniji, odnosno oni koji očekuju još više od ponude. Nastoji se ispuniti određena obveza prema klijentu koja je moguća samo ako je stupanj ostvarenog zadovoljstva klijenta veći ili jednak stupnju očekivanog

[14]Prema: Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

zadovoljstva. Dakle svaki klijent treba biti tretiran na osnovi njihove vrijednosti za pojedinu organizaciju.

3.2. EU programi za turizam

Republika Hrvatska ulaskom u Europsku uniju ima mogućnost korištenja sredstava iz europskih fondova. *„U financijskom razdoblju 2014.-2020. RH je iz Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova na raspolaganju ukupno 10,676 milijardi eura. Od tog iznosa 8,397 milijardi eura predviđeno je za ciljeve kohezijske politike, 2,026 milijarde eura za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva*."[15] U navedenom razdoblju Europski strukturni fondovi raspoređeni su kroz tri operativna programa koja se opisuju u potpoglavljima: Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., Operativni programi Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. i Program ruralnog razvoja RH 2014.-2020.

3.2.1. Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.

Analizom socioekonomskog stanja, barijera rasta i nužnosti razvoja Hrvatske dolazi se do zaključka o relativno slabom gospodarstvu, odnosno niskoj konkurentnosti, smanjenju broja zaposlenih, problemu sezonalnosti te potrebi za novim i drugačijim turističkim proizvodima i dodatnim sadržajima.

Važno je spomenuti turizam jer on aktivira gospodarstvo, što se vidi rekordnim brojem noćenja iz godine u godinu u turističkim smještajnim objektima u RH (ostvareno je 8,7% više dolazaka i 9,0% više noćenja turista u 2016. u odnosu na 2015.).[16] Zbog velike potražnje turističke destinacije RH ovim se programom nastoji povećati broj noćenja te stvoriti nove ali diferencirane, bogate sadržaje koji će privući veći broj turista.

[15]Ministarstvo turizma, www.mint.hr, (1.7.2017.)

[16]Prema: Državni zavod za statistiku, https://www.dzs.hr/, (1.7.2017.)

Republika Hrvatska nastoji postići brži, pametniji rast i uravnoteženo gospodarstvo što je bitno kako bi se unaprijedila kvaliteta života, stvorile se nove ideje i inovacije projekata koji bi otvorili nova radna mjesta i pokušali time produljiti sezonu. Osim toga trebalo bi stvoriti i nove turističke proizvode i poboljšati njihovu kvalitetu, što će biti uspješne samo ako su nadmašena očekivanja turista.

Program pokriva ulaganja Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda te njegova alokacija iznosi 6,8 milijarde eura. Prioriteti za turizam u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.:[17]

1. Jačanje gospodarstva primjenom istraživanja i inovacija
2. Korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija
3. Poslovna konkurentnost
4. Promicanje energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije
5. Klimatske promjene i upravljanje rizicima
6. Zaštita okoliša i održivost resursa
7. Povezanost i mobilnost
8. Obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje.

Nova ulaganja u projekte te u slabije razvijene regije koje mogu postati turističke destinacije, donest će do većeg broja zaposlenih, novih turističkih destinacija sa različitim sadržajima i atrakcijama koje će privući turiste i povećati potrošnju. Time se u konačnici jača gospodarstvo i njegova konkurentnost. Glede turizma treba doći do poboljšanja kvalitete smještaja i propagiranja turističke ponude, promocija turističkih ponuda i brendiranja turističkih destinacija ali i promocija kulturne i prirodne baštine.

Primjenom informacijske i komunikacijske tehnologije stvara se pozitivan učinak na cjelokupno stanovništvo. Tako u turizmu iznajmljivači, turističke agencije i drugi dionici putem e-distribucije postaju fleksibilniji, dostupni 24h dnevno, daju pravo na online popuste, smanjuju troškove poslovanja i lako ažuriraju svoje podatke. No, postoje i nedostaci e-distribucije poput problematike privatnosti i zaštite korisničkih podataka na

[17]Prema: Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., www.mint.hr, (1.7.2017.)

Internetu, klijentima nije omogućeno stručno mišljenje i savjetovanje, turističke agencije gube mogućnost ostvarivanja provizije i slično.

Kako bi program bio uspješan, potrebno je razviti poslovnu konkurentnost stvaranjem inkubatora i tehnoloških parkova jer stvaraju povoljne uvjete za ubrzanje tehničko-tehnološkog napretka putem komercijalizacije rezultata znanstvenih istraživanja, doprinose zadržavanju ili poboljšavanju položaja nacionalnih gospodarstava na svjetskom tržištu te doprinose aktiviranju lokalnih izvora u razvoju pojedinih regija.
Odnosno, uvođenjem tehnološkim parkova u RH utjecalo bi se na odlazak velikog broja stručnih ljudi, velik broj nezaposlenih, nepovoljnu strukturu industrije gdje dominira klasična industrija i drugo. Problem turizma glede poslovne konkurentnosti je konkurentski status RH kojeg karakterizira nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga, nedovoljna inovacija sadržaja, nedovoljna investicijska aktivnost i nedostatak novih hotelskih kapaciteta. Prioritet energetskog sustava je korištenje obnovljivih izvora energije, kako bi se postigla korist za sve, poput smanjenja emisija i pružila prilika održivom i zelenom turizmu, kojemu je cilj zaštiti i očuvati okoliš.[18]

Također, prioritet je riješiti prirodne katastrofe, poplave, koje se povećavaju zbog učinaka klimatskih promjena, jer ukoliko se one ne riješe, turisti više neće biti zainteresirani za određenu turističku destinaciju. Radi se i na zaštiti okoliša, njegovog racionalnog korištenja te problema s pitkom vodom. Zbog toga se stvaraju strategije i planovi (Plan upravljanja vodnim područjima), nacionalni parkovi i parkovi prirode nalaze se pod UNSECO-vom zaštitom, obvezne mjere (Direktiva o pticama), a sve u svrhu očuvanja biološke raznolikosti, promicanja kulturne baštine, mogućnošću pitke vode i slično.[19]

Loš utjecaj na gospodarsku konkurentnost imaju slabo održavanje javnog prijevoza, slabo razvijeni vodni putevi, nedostaju pomorske linije. Ipak, zbog dobrog geografskog položaja Hrvatska ima razvijenu međunarodnu razmjenu što rezultira rastom izvoza. Dakle, ono što bi treba uzeti u obzir je poboljšati prometne povezanosti jedne regije s

[18]Prema: Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., www.mint.hr, (1.7.2017.)

[19]Prema: Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., www.mint.hr, (1.7.2017.)

drugom u RH, ali i povezati se sa susjednim zemljama. Razvojem prometne povezanosti s Europom i drugim zemljama povećao bi se interes individualnih turista koja bi lakše, brže, sigurnije i jednostavnije došla do željenog odredišta te privukla nova dalekoistočna tržišta.

Jedan od prioriteta ovog programa je cjeloživotno obrazovanje jer se time nastoji smanjiti odustajanje od ranog obrazovanja, ali povećati kvaliteta i znanje mladih o turizmu kako bi bili sposobni i spremni za ulazak na tržište rada. Razlog tomu je nedostatak praktične nastave koje rezultiraju minimalnim znanjem učenika i studenata nakon završetka svog obrazovanja. Koncept cjeloživotnog učenja u svezi je s ciljevima ekonomije i turizma, primjerice postizanje veće konkurentnosti, trajno zapošljavanje i uvođenje inovativnih turističkih sadržaja. S druge strane ne smiju se zanemariti jednako važni ciljevi poput poticanja društvene uključenosti te razvijanje individualnih potencijala pojedinaca. Također se svi uključeni u ovaj program moraju prilagođavati tehnološkim i tržišnim promjenama, odnosno budućnosti turizma.

3.2.2. Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.

Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali temelji se na ulaganjima u četiri cilja - visoko zapošljavanje i mobilnost radne snage, socijalno uključivanje, obrazovanje i cjeloživotno učenje te na samom kraju dobro upravljanje.

Hrvatska vlada ima za cilj smanjiti nezaposlenost i spriječiti njegov daljnji rast te očuvati radna mjesta. Zbog nepovoljne slike gospodarstva (pad gospodarstva) Hrvatska se mora odlučiti na provođenje mjera u svrhu zapošljavanja mladih. Jedna od mjera je pravovremena intervencija što bi značilo sprečavanje ranog odustajanja od obrazovanja i stimuliranje aktiviranja neaktivnih mladih ljudi.[20] Neke od važnijih mjera u turizmu koje treba spomenuti su „Rad i nakon ljeta“ i „Stalni sezonac“.[21] Cilj mjere

[20]Prema: Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali, http://www.mint.hr/UserDocsImages/OPULJP%20hr%2020150709.pdf, (1.7.2017.)

[21]Prema: HZZ (Hrvatski zavod za zapošljavanje), http://www.hzz.hr/default.aspx?id=11748, (15.7.2017.)

„Rad i nakon ljeta“ je poticanje zapošljavanja u turizmu osoba u nepovoljnom položaju na tržištu rada, a traje 12 mjeseci. Ciljane skupine te mjere su osobe bez završenog srednjoškolskog obrazovanja prijavljene u evidenciju nezaposlenih, osobe starije od 50 godina života, osobe romske nacionalne manjine i dr. Mjerom stalni sezonac pruža se potpora osobama koje rade u sezoni, a jedan dio u godinu nemaju osiguranu plaću niti kontinuitet prijave na mirovinsko osiguranje. Osim toga cilj je potaknuti mlade na tržištu rada kroz stvaranje novih radnih mjesta te poticati poslodavca na pružanje kvalitetnih programa obrazovanja uz rad, kao i poticanje poduzetništva kod mladih.

„*Nacionalni cilj za 2020. godinu je smanjenje broja osoba u riziku od siromaštva i socijalne isključenosti za 150.000, s 1.370.000 na 1.220.000.“*[22] Prioritet je pružiti uvjete kako bi se smanjilo siromaštvo, a to će se postići zaposlenjem ranjivih skupina mjerama u turizmu te rješavanjem prepreka novih siromaštva.

Obrazovanje i cjeloživotno učenje teži smanjenju stope ranog odustajanja od obrazovanja na manje od 10% te završetku tercijarnog obrazovanja u postotku od 40% za osobe životne dobi od 30 do 40 godine.[23] Isto tako Hrvatska ima za cilj i povećanje kvalitete i važnosti visokog obrazovanja u svrhu porasta zapošljavanja studenata. Hrvatski visoko obrazovni sustav predstavlja niska odlazna (1,9%) i dolazna mobilnost. Predviđene barijere predstavljaju nedostatna financijska sredstva koja su uglavnom namijenjena okviru programa ERASMUS. U razdoblju od 2014. do 2020. program Erasmus pokrit će 5% odlaznih studenata, dok će u akademskoj godini 2014/.2015. svega 0,7% studenata biti mobilno.[24]

Kako je obrazovanje odraslih bitan sastav cjeloživotnog učenja potrebno je provesti programe osposobljavanja te dati mogućnost različitih oblika učenja kako bi se postigla generička kompetencija, znanja i vještine koje omogućuju ciljano zapošljavanje te veću fleksibilnost na tržištu rada. Razlog slabog udjela odraslih koji sudjeluju u cjeloživotnom učenju je nedovoljno poticanje i motivacija zbog ponuda koje su ograničene. Da bi porasla razina zaposlenosti na snagu stupaju vaučeri za stjecanje

[22]Prema: Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali, http://www.mint.hr/UserDocsImages/OPULJP%20hr%2020150709.pdf, (1.7.2017.)

[23]Prema: Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali, http://www.mint.hr/UserDocsImages/OPULJP%20hr%2020150709.pdf, (1.7.2017.)

[24]Prema: Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali, http://www.mint.hr/UserDocsImages/OPULJP%20hr%2020150709.pdf, (1.7.2017.)

kvalifikacija iz sektora turizma, poljoprivrede, zdravstva i slično.[25] Također se nastoji mlade informirati o turizmu kroz razne radionice, seminare, predavanja, mogućnosti uključivanja u projekte poput Start-Up udruge. Start-Up udruga provodi projekt ITC (Istrian Tourism Competition), natjecanje u rješavanju poslovnih slučajeva iz područja turizma u kojem mogu sudjelovati mlade osobe do 30 godina. Time se mlade želi potaknuti na razmišljanje i uvid u rješavanja pravih poslovnih slučajeva.

Dobro upravljanje podrazumijeva rješavanje problema na središnjoj i lokalnoj razini mjerama koje obuhvaćaju poboljšanje sustava poslovnih računovodstvenih procesa i potporu razvoja modernih i obveznih računovodstvenih opsega te se provode kako bi se unaprijedila pouzdana, javna uprava koja teži ka klijentima kao obvezni dio poslovnog okruženja.[26] Dakle potrebno je daljnje ulaganje u osposobljavanje radi unapređenja vještina državnih službenika. Isto tako, potrebno je ulagati u osoblje turističke i ugostiteljske djelatnosti kako bi klijentu pristupali s potpunim razumijevanjem, profesionalnošću, uljudnosti, jer je gost uvijek na prvom mjestu, a dužnost osoblja je ispunjavati njihove želje.

Uz sve navedeno, može se reći kako je program osmišljen prvenstveno zbog mladih gdje se nastoji iste poticati na obrazovanje ali i na zapošljavanje nove mlade radne snage. Osim toga, dobro je što se mlade također potiče i na cjeloživotno učenje kako bi se smanjila stopa prijevremenog odustajanja od obrazovanja. Ipak, trebalo bi se više uložiti u programe koji su već prije spomenuti, poput Erasmus programa, jer studenti ne raspolažu sa velikim informacijama te postoji velik broj sveučilišta s kojima njihovo nema potrebni ugovor.

[25]Prema: Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali, http://www.mint.hr/UserDocsImages/OPULJP%20hr%2020150709.pdf, (1.7.2017.)

[26]Prema: Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali, http://www.mint.hr/UserDocsImages/OPULJP%20hr%2020150709.pdf, (1.7.2017.)

3.3. Akcijski planovi

Ciljevi akcijskih planova su zajednička suradnja važnih nositelja turističke i gospodarske politike na nacionalnoj razini gdje se nastoje postići konkurentske sposobnosti i prednosti hrvatskog turizma, provođenjem usvojenih strateških dokumenata.

Ministarstvo turizma provodi sljedeće planove: Akcijski plan razvoja kongresnog turizma, zelenog turizma, kulturnog turizma, cikloturizma, nautičkog turizma, zdravstvenog turizma, nacionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža, program razvoja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu, program razvoja socijalnog turizma te program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu.[27] Nekoliko od navedenih planova u nastavku se detaljnije objašnjavaju.

3.3.1. Akcijski plan razvoja zelenog turizma

Hrvatska bi do 2020. godine trebala postići značajan pomak ozelenjivanja turizma te biti prepoznatljiva na svjetskom tržištu kao destinacija koja drži do svoje autentičnosti i okoliša i nastoji lokalno stanovništvo poistovjetiti o istom.

Vizija akcijskog plana razvoja zelenog turizma glasi: *Hrvatski turizam primjenjuje najbolju svjetsku praksu zaštite okoliša i održivog upravljanja turizmom*.[28]

Ciljevi navedenog plana su sljedeći:[29]

1. Kontinuirano i sustavno unapređenje okolišne održivosti turizma u RH
2. Unaprijediti okolišnu održivost turizma na razini turističkih destinacija (sve najznačajnije turističke destinacije u Hrvatskoj certificirati kao destinacije koje razvijaju održivi turizam).

[27]Prema: Ministarstvo turizma, www.mint.hr, (1.7.2017.)

[28]Akcijski plan razvoja zelenog turizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715_AP_Zelenog_t.pdf, (1.7.2017.)

[29]Prema: Akcijski plan razvoja zelenog turizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715_AP_Zelenog_t.pdf, (1.7.2017.)

3. Unaprijediti okolišnu održivost turizma na razini ugostiteljsko turističkog pružatelja usluga (svi najznačajniji pružatelji ugostiteljsko turističkih usluga certificirani su kao okolišno odgovorna poduzeća)
4. Hrvatska svom turističkom brendu uspješno valja dodati atribut destinacije predvodnice održivog turizma.

Do jednog od navedenih ciljeva dolazi se unaprijed utvrđenim programima i mjerama za unapređenje okolišne održivosti turizma u RH. Prvi program je kontinuirano i sustavno unapređenje okolišne održivosti turizma RH. Mjera navedenog plana bazira se na sastavljanje Radne grupe za provođenje Akcijskog plana, zatim razvoja portala održivi turizam za motiviranje, informiranje, komunikaciju i drugo. Osim toga obuhvaća i mjere poticanja te pružanja tehničke pomoći i koordinaciju rada DMO-a.

Program unapređenja okolišne održivosti turizma na razini turističkih destinacija podrazumijeva uspostavu i jačanje kapaciteta DMO-a za poticanje, potporu, planiranje, zatim pilot projekt praćenja, mjerenja, upravljanja, certificiranja održivosti destinacije, širenje prakse certificiranja održivosti destinacija, unapređenje zelene infrastrukture unutar destinacija te odterećivanje najopterećenijih destinacija i odredišta.[30]

Program unapređenja okolišne održivosti turizma na razini pojedinog ugostiteljsko turističkog pružatelja usluga obuhvaća mjere standardiziranja i certificiranja održivosti pojedinih ponuditelja ugostiteljsko – turističkih usluga, kao i uspostavu B2B platforme za promoviranje rješenja u unapređenju okolišne učinkovitosti, programe sufinanciranja projekta unapređenja upravljanja okolišem na razini pojedinačnih pružatelja ugostiteljsko – turističkih usluga te ozelenjivanje malih iznajmljivača.[31]

Posljednji program ovog plana, unapređenje imidža Hrvatske kao destinacije održivog turizma podrazumijeva mjere povezivanja glede održivosti u imidž Hrvatske na međunarodnim predstavljanjima i na web stranicama HTZ-a i nacionalni web portal za promociju održivih destinacija.

[30]Prema: Akcijski plan razvoja zelenog turizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715_AP_Zelenog_t.pdf, (1.7.2017.)

[31]Prema: Akcijski plan razvoja zelenog turizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715_AP_Zelenog_t.pdf, (1.7.2017.)

Temelj ovog akcijskog plana je uvođenje koordinacije koja daje mogućnost zajedničkog djelovanja i dugotrajne rezultate pokretnih inicijativa. Odnosno predstavlja okvir za mobiliziranje, osvješćivanje te koordinaciju dionika u turizmu vezano za okoliš. Ipak najveći pritisak predstavlja transport turista kao i emisije stakleničkih plinova i ostalih stvari koje onečišćuju zrak, vode i more. Također, probleme stvara i sezonalnost jer onemogućava dovoljno velike kapacitete infrastrukture zaštite okoliša. Naravno, postoje i dobre strane ovog akcijskog plana poput zapošljavanja, produljenja sezone stvarajući dodatne sadržaje. Dakle, produljenje sezone doprinosi smanjenju sezonalnosti i povećanju prihoda po gostu. Takvo povećanje prihoda zahtijeva kvalitetu ponude, što između ostalog zahtijeva visoke okolišne standarde te vodi ka razvoju raznolike turističke ponude u destinaciji.

3.3.2. Akcijski plan razvoja cikloturizma

Glavnu prepreku u razvoju cikloturizma RH predstavlja stanje cikloturističke infrastrukture i radi toga navedeni akcijski plan bazira se na uređenje glavnih cikloturističkih ruta i akcije vezane uz njihovo opremanje traženim sadržajima.

Vizija razvoja cikloturizma glasi: „*U 2020. godini cikloturizam će postati jedan od generatora razvoja cjelogodišnjeg turizma zahvaljujući izgradnji i uređenju cikloturističke infrastrukture, dobroj povezanosti i označenosti ruta, ispunjavanju uvjeta visoke sigurnosti te izgradnji i uređenju prateće smještajne, ugostiteljske i servisne infrastrukture, zbog čega će cijeli prostor Hrvatske funkcionirati kao velika cikloturistička destinacija*.“ [32]

Neki od ključnih razvojnih ciljeva su stvaranje osnovne mreže primjereno uređenih cikoturističkih ruta dovoljno atraktivnih po pitanju sadržaja na tim rutama, osiguranje međusobnog povezivanja ruta na dijelovima gdje je to tehnički ili financijski prezahtjevno, zatim jasno reguliranje kretanja biciklista po državnim, županijskim i lokalnim cestama razina u skladu s najboljom europskom praksom, kao i stvaranje

[32]Akcijski plan razvoja cikloturizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_AP_ciklotuirizam.pdf, (1.7.2017.)

organizacijskog i regulatornog okvira koji će omogućiti kvalitetno umrežavanje svih dionika relevantnih za turističko korištenje bicikala i drugo.[33]

Kako bi cikloturizam postao jedan od glavnih početaka razvoja cjelogodišnjeg turizma na cijelom području Hrvatske trebali bi se implementirati utvrđeni projekti. U takve projekte ubrajaju se oni vezani za infrastrukturu, zakonsku regulativu, edukaciju, projekti koji se odnose na unapređenje cikloturističke ponude, sustav informiranja i marketing. Pod infrastrukturom podrazumijeva se jasne i predviđene nacionalne mreže cikloturističkih pravaca i načina njihova financiranja iz dostupnih EU fondova, kao i izgradnja i uređenje cikloturisitčke nacionalne mreže te biciklističkih staza u većim gradovima i turističkim destinacijama. Za zakonsku regulativu potrebno je uspostaviti regulatorni okvir koji omogućuje dobre koordinacije i povezanosti cikloturističkih aktivnosti te uključuje usklađivanje ruta s potrebama cikloturizma, regulaciju kretanja bicikala po nasipima i šumama, zakonsko reguliranje uređenja ruta i tome slično.[34]

Kada je riječ o projektu edukacije misli se na specijaliziranu i profesionalnu edukaciju djelatnika turističkih zajednica, obrazovne i poticajne aktivnosti usmjerene na poduzetnike u cikloturizmu te kampanje o sigurnosti prometa biciklista. Kroz označavanje ruta i isticanje mogućnosti za razvoj cikloturizma u većini turističkh regija RH unapređuje se cikloturistička ponuda.

Zbog svoje prepoznatljivosti cikloturizam u RH ima potrebu za jačanjem marketinških aktivnosti kroz: objedinjavanje i marketinšku priprema nacionalne cikloturističke ponude, intenzivnije korištenje ICT tehnologija i prisustvo na društvenim mrežama, snažniju distribuciju informativnih materijala vezanih uz cikloturizam u destinacijama, jačanje funkcije DMK u ponudi cikloturizma, uređenje cikloturističkih infopunktova i snažnije brendiranje cijele Hrvatske kao cikloturističke destinacije.[35]

Zaključuje se da je razvoj cikloturizma dobra investicija jer će dobrom povezanošću ruta zbog povoljnog prometnog položaja, razvijene mreže autoceste i međunarodnih

[33]Prema: Akcijski plan razvoja cikloturizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_AP_ciklotuirizam.pdf, (1.7.2017.)

[34]Prema: Akcijski plan razvoja cikloturizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_AP_ciklotuirizam.pdf, (1.7.2017.)

[35]Prema: Akcijski plan razvoja cikloturizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_AP_ciklotuirizam.pdf, (1.7.2017.)

zračnih luka te blizinom smještajnih kapaciteta turisti češće dolaziti u destinaciju, jer su se ispunile sve njihove potrebe, afiniteti i želje. Treba se dodatno pojačati ulaganje u označavanje ruta kako bi se unaprijedila ponuda te kontinuirano osmišljavati nove proizvode jer turisti uvijek žele nešto više. Sve navedeno je moguće jer je Hrvatska zemlja prepuna krajolika s dobrom očuvanom prirodom. Također zemlja se ističe i kulturno-povijesnom baštinom koja je pod zaštitom UNESO-a. Kad se svemu tome pridoda ugodna klima, bavljenje cikloturizmom je intenzivnije. Ulaskom u Europsku uniju Hrvatska je dobila dodatni poticaj te je postigla umrežavanje u međunarodne biciklističke rute.

3.3.3. Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu

Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije teži kompetentnosti, aktivnosti što se tiče sudjelovanja lokalne zajednice u mogućim projektima i opremanje učeničkih domova prema planu i nužnosti.

U ovom akcijskom planu neke od obaveza Ministarstva turizma su sastavljanje područja za konkurentnost ljudskih potencijala u turizmu kroz dostupne EU fondove, identifikacija glavnih i relevantnih nacionalnih i regionalnih dionika za pripremu i provedbu programa centara strukovnih kompetentnosti za turizam i ugostiteljstvo.

Osim navedenih obaveza potrebno je specificirati kriterije za centre kompetentnosti u turizmu i ugostiteljstvu, raspisati poziv za iskaz interesa lokalnih nositelja projekta i tome slično, pokrenuti proces usklađivanja zakonodavnog okvira s potrebama sustava srednjeg strukovnog obrazovanja u turizmu i ugostiteljstvu u svrhu usklađivanja potreba strukovnog obrazovanja s potrebama tržišta rada i drugo.[36]

Ciljne skupine programa jačanja ljudskih potencijala u turizmu i ugostiteljstvu su prije svega učenici u strukovnom obrazovanju koji zbog nedostatka prakse stječu kvalifikacije bez odgovarajuće razine znanja i tako ulaze na tržište rada, zatim neposredno zaposlene u turizmu i ugostiteljstvu koji su u malom postotku aktivni u

[36]Prema: Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu, http://www.mint.hr/UserDocsImages/010_160128_konkurentnost.pdf, (1.7.2017.)

programu usavršavanja, posredno zaposleni u turizmu i ugostiteljstvu koji direktno ovise o turizmu. Ipak i oni nezaposleni koji žele raditi u turizmu svrstavaju se u navedene ciljne skupine, kao i studenti upisani u turističke programe koji za vrijeme fakultetskog obrazovanja imaju gotovo nikakav postotak praktične nastave te na tržište rada ulaze sa praktični znanjima i vještinama.[37]

Dakle ključni strateški cilj ministarstva turizma s gledišta obrazovne politike je unapređenje i poboljšanje kvalitete strukovnog obrazovanja za turizam te osiguranje fleksibilnog cjeloživotnog obrazovanja djelatnika u turizmu i ugostiteljstvu. To su prije svega ujednačavanje i podizanje kvalitete kompetencija polaznika, modernizacija programa razvojem strukovnih kurikuluma za prvobitna zanimanja, usavršavanje kvalitete podučavanja nastavnika stalnim usavršavanjem te poticanje poslodavaca na suradnju u područja nauke na radnom mjestu.[38]

Da bi program djelovao zaključuje se da radna snaga mora biti fleksibilna te sposobna prilagođavati se tržišnim, proizvodnim i tehnološkim promjenama. Dakle, mora se prilagoditi poslovima budućnosti. Osim toga treba se poboljšati kvaliteta stručne prakse srednjoškolaca kako bi bili kompetentni na tržištu rada sa odgovarajućim razinama znanja. Studentima također treba omogućiti odgovarajuću praksu kako bi prilikom završetka fakultetskog obrazovanja stekli određena znanja i vještine. Bilo bi poželjno da škole, sveučilišta i poslodavci međusobno surađuju.

Glede podizanja kvalitete strukovnog obrazovanja trebalo bi se bazirati na kvalitetu nastave te inovativne metode, posebice e-učenje. Inovativna zanimanja također su dobro došla, učenici bi imali lepezu raznolike ponude i time nakon završetka svog obrazovanja ubrzo pronašli posao ili samostalno pokrenuli posao.

[37]Prema: Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu, http://www.mint.hr/UserDocsImages/010_160128_konkurentnost.pdf, (1.7.2017.)

[38]Prema: Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu, http://www.mint.hr/UserDocsImages/010_160128_konkurentnost.pdf, (1.7.2017.)

4. Učinci projekata na turističko tržište RH

Iduće poglavlje govori o investicijskim aktivnostima na turističkom tržištu Republike Hrvatske od 2014. do 2020. godine. Na samom početku riječ je o greenfield i brownfield investicijama, europskim fondovima i njihovim dodijeljenim sredstvima. Nakon toga se navode i analiziraju tri odabrana projekta i u konačnici se dolazi do komentara na odobrene projekte.

4.1. Investicijska aktivnost na turističkom tržištu RH 2014. - 2020.

Postoje investicije prema cilju ulaganja odnosno tzv. greenfield investicije i brownfield investicije te spajanja i preuzimanja. Greenfield investicije su takva ulaganja gdje se ulaže u potpuno novu proizvodnu imovinu koja sa sobom donosi nova znanja, tehnologiju i dr. Investirani kapital u novu proizvodnju stvara dodanu vrijednost, što može pridonijeti konkurentnosti na domaćem i stranom tržištu. Brownfield investicije predstavljaju ulaganja u postojeću proizvodnu imovinu radi preuzimanja dijela vlasničkog udjela.

Glavnina inozemnih izravnih ulaganja u Hrvatsku pristigla je privatizacijskim valovima, dok su ulaganja u novu proizvodnju manja, odnosno takvih ulaganja nije postojalo. Utjecaj izravnih inozemnih ulaganja na BDP i na gospodarski rast ovisi o sektorskoj strukturi i o vrsti inozemnih izravnih ulaganja koje je zemlja privukla. Nužne su promjene politike privlačenja inozemnih izravnih ulaganja i njihovo pozicioniranje u sektore s višom dodanom vrijednošću. Na taj način bi se mogao ostvariti pozitivan utjecaj FDI na BDP i na izvoz te na zaposlenost, odnosno na cjelokupno hrvatsko gospodarstvo.[39]

Prije nekoliko godina prevladavale su brownfield investicije, a izostalo je ulaganje u razvoj turističke infrastrukture i novostvorenih turističkih atrakcija.

[39] Prema: Kersan-Škabić, I., Zubin C.: Utjecaj izravnih inozemnih ulaganja na rast BDP, na zaposlenost i na izvoz u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, 60 (3-4) 119-151 (2009)

Već je spomenuto da je Republika Hrvatska ušla u Europsku uniju i time ostvarila mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih projekata. Tako na raspolaganju stoje strukturni fondovi, odnosno Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond, Kohezijski fond te Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj.[40]

Europski fondovi od velikog su značaja, a postoje kako bi se ostvarili ciljevi kojima EU teži. Europska Unija dobro je organizirana sa svim svojim planovima i ciljevima te ima jasnu viziju i strategiju razvitka. „Kako bi se smanjio broj prijava i kako bi se uravnotežila dodjela sredstva, Europska Unija značajno upravlja fondovima. To se vrši na način da se raspisuju natječaji za dodjelu sredstva, a kasnije se procjenjuju prijave i ulaže u one najbolje. Važno je napomenuti, kada se da sredstvo ono je bespovratno, ono služi za rast i razvoj.“[41]

U financijskom razdoblju 2014.-2020. RH je iz Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova dano na raspolaganje ukupno 10,676 milijardi eura. Od tog iznosa 8,397 milijardi eura predviđeno je za ciljeve kohezijske politike, 2,026 milijarde eura za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva. Također u istom razdoblju ESI fondovi dijele se na tri operativna programa: *Operativni programi Konkurentnost i kohezija 2014.-2020*. (taj program pokriva ulaganja Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda te njegova alokacija iznosi 6,8 milijarde EUR), *Operativni programi Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020*. (financiranje u iznosu od 31.500.000,00 kuna) i *Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020.* temeljem kojih se može započeti s korištenjem dodijeljenih sredstava.[42]

Ukupna predviđena investicijska aktivnost do 2020. godine za *Strategiju razvoja turizma do 2020. godine* procjenjuje se na oko 7,0 milijardi eura. Za novu izgradnju hotela i resorta procjenjuje se 2,2 milijarde eura, za obnovu i rekonstrukciju postojećih hotelskih kapaciteta (brownfield investicije) ide oko 825 milijuna eura. Što se tiče

[40]Prema: Europski strukturni i investicijski fondovi, http://www.strukturnifondovi.hr/eu-fondovi, (25.7.2017.)

[41]Prema: Belić, M., Štilinović, J. (2009) EU fondovi i programi za turizam , Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova Europske unije, Zagreb

[42]Prema: Europski strukturni i investicijski fondovi, http://www.strukturnifondovi.hr/eu-fondovi, (25.7.2017.)

ulaganja u male obiteljske hotele i pansione odvojeno je 295 milijuna eura, ulaganje u ploveće male hotele procjenjuju se na 110 milijuna eura, dok se ulaganja u kamp ponudu procjenjuju na čak 400 milijuna eura. 700 milijuna eura odlazi za ulaganja u smještaj u kućanstvima koja se najviše odnose na ulaganja i rekonstrukciju te podizanje kvalitete smještaja i unapređenja dodatnih sadržaja. Ulaganja u luke nautičkog turizma predviđaju oko 552 milijuna eura, dok ona ulaganja vezana za novostvorene turističke atrakcije nose 210 milijuna eura i to se odnosi na golfska igrališta, tematske parkove i kongresne centre, ali očekuje se i izgradnja dva kongresna centra sa 46 milijuna eura te desetak novih tematskih parkova u koje je potrebno uložiti još 300 milijuna eura. Ulaganja u ostalu turističku infrastrukturu poput objekta hrane i pića, sporta i rekreacije, sadržaja zabave i drugo, očekuju 200 milijuna eura za izgradnju i obnovu novih objekata hrane i pića, 160 milijuna eura za disko klubove, otvorene pozornice i slično. 1,0 milijarda očekuje se za dodatno unapređenje komunalnog standarda.[43]

Temeljem strategije razvoja turizma RH do 2020. godine donesena je odluka o odabiru projekata temeljem Programa „Konkurentnost turističkog gospodarstva“ te se u sljedećoj tablici (tab. 2.) prikazuje koliko je odobreno projekata i koliki je iznos sufinanciranja istih.

[43]Prema: Strategija turizma do 2020. http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf (25.7.2017.)

Tablica 2. Odobreni projekti temeljem Programa „Konkurentnost turističkog gospodarstva“ (siječanj – srpanj, 2017.)

	Broj odobrenih projekata	Ukupan iznos financiranja
Mjera A1 (sve vrste objekata iz skupine „hoteli“)	61	4.220.000,00 kn
Mjera A2 (kampovi i kamp odmorišta)	17	1.010.000,00 kn
Mjera A3 (ostali ugostiteljski objekti za smještaj)	65	3.460.000,00 kn
Mjera A4 (seljačko domaćinstvo - OPG)	105	3.140.000,00 kn
Mjera A5 (objekti u domaćinstvu - bazeni)	237	8.999.000,00 kn
Mjera B (razvoj posebnih oblika turizma)	102	2.760.000,00 kn
Mjera C (Defibrilatori i vodonosci)	10	332.785.000,00 kn
Mjera D (prepoznatljivost i inovativnost i „Hrvatski otočni proizvod“)	9	320.000,00 kn

Izvor: izradila autorica prema podacima Ministarstva turizma, http://www.mint.hr/default.aspx?id=39135

Iz tablice je vidljivo da je odobreno najviše projekata za mjeru A5, odnosno objekti u domaćinstvu – bazeni te time oni imaju najveći iznos financiranja. Dok najmanji broj odobrenih projekata bilježi mjera D, odnosno prepoznatljivost i Hrvatski otočni proizvod te njihovo financiranje iznosi tek 320.000,00 kuna. Navedena sredstva odobravaju se iz Državnog proračuna RH za 2017. godinu za sufinanciranje istih projekata.

Za *Program razvoja cikloturizma na kontinentu u 2017. godini* odobreno je 14 projekata, a svaki projekt dobio je bespovratna sredstva u iznosu 350.000,00 kuna. Ministar turizma Gari Cappelli donosi odluku o odabiru *projekata strukovnih udruga u turizmu ili ugostiteljstvu u 2017. godini*. Tom odlukom sredstva se odobravaju iz Državnog proračuna RH za 2017. godinu i projekcije za 2018. i 2019.godinu u iznosu od 1.800.000,00 kuna, a odabrano je 15 projekata. Isti broj projekata bilježe i *projekti*

srednjih strukovnih i umjetničkih škola u turizmu u 2017. godini sa ukupno 395.848,39 kuna.[44]

4.2. Primjeri projekata

U sljedećim potpoglavljima analiziraju se tri odabrana projekta: Projekt podizanje kvalitete ljudskih potencijala kao preduvjet konkurentnosti hrvatskog kamping sektora, Projekt uređenja plaže Val del lesso i Projekt virtualna avantura moslavačke tradicije.

4.2.1. Projekt podizanje kvalitete ljudskih potencijala kao preduvjet konkurentnosti hrvatskog kamping sektora

Kamping udruženje Hrvatske posjeduje službeni hrvatski kamping portal a služi za pomoć prilikom odmora u kampu. Preko stranice se mogu rezervirati godišnji odmori. Kako je danas kampiranje u našoj zemlji popularnije a samim time i luksuznije nego ikada ovo udruženje odlučilo se za projekt koji će pomoći pri kvaliteti ljudskih potencijala u kampingu.

Projekt je podržan od strane Ministarstva turizma sa 150.000,00 kuna te je glavno značenje ovog projekta razvoj ljudskih potencijala kroz edukaciju svih dionika povezanih sa kampingom. Projekt se provodi na cijelom području Republike Hrvatske, a glavni cilj je podići konkurentnost hrvatskoga turizma te kvalitetu ljudskih potencijala.

Projekt je sadržavao različite radionice za razvoj i otvaranje malih kampova na kontinentu, edukaciju, analizu, ocjenjivanje i certificiranje kvalitete kampova kroz KUH-ove projekte, gostujuća stručna predavanja na temu kampinga u srednjoškolskim i sveučilišnim ustanovama za obrazovanje kadrova u turizmu i drugo.[45]

Cilj stručnih radionica bio je okupiti na istome mjestu predstavnike turističkih zajednica, lokalnih samouprava, potencijalnih investitora kako bi se potaknulo investiranje u neiskorišteni potencijal za bavljenje kamping turizmom te aktiviranje kontinentalnog

[44]Prema: Ministarstvo turizma, http://www.mint.hr/default.aspx?id=39135, (25.7.2017.)

[45]Prema: Kamping Udruženje Hrvatske, http://www.camping.hr/hr/projekti, (25.7.2017.)

turizma kroz razvoj ljudskih potencijala. Također potiče se i otvaranje novih tematskih kampova, osobito u onim područjima gdje je turizam slabo razvijen.

Organizacijom gostujućih predavanja nastojalo se potaknuti mlade na osvješćivanje važnosti kamping turizma u RH te ih potaknuti u uključivanje u istraživačke procese, ali i pokretanju vlastitog biznisa. Također se prilikom samog projekta odabralo 5 najboljih malih kampova i time potaknulo na poboljšanje kvalitete realizacijom i prilagođavanje pojedinim elementima kvalitete, istovremeno tim načinom njihovi kampovi su postali prepoznatljivi i konkurentniji na tržištu.

Nakon provedbe radionica uvidjelo se da ipak postoji velika šansa za poboljšanje investiranja te otvaranje novih objekata ili obnova starih a sve u svrhu edukacije vezane uz aktiviranje kontinentalnog kamping turizma. Trebale bi se češće organizirati ovakve radionice kako bi se u cijelosti povećala konkurentnost hrvatskog turizma. Mladi su prilikom gostujućih predavanja proširila svoja znanja o kamping turizmu te potaknuli svoja razmišljanja o kamping turizmu i zapošljavanju nakon završetka svog obrazovanja. Zbog dobrih rezultata KUH će nastaviti s projektima edukacije, organiziranja radionica, gostujućih predavanja, poticanja ulaganja u kvalitetu, jačanja promidžbe i drugo, kroz kontinuiran razvoj ljudskih potencijala ali i certificiranje kvalitete proizvoda. Prilikom završetka projekta uvidjelo se da postoji visoka razina različitosti proizvoda i neprekidnog obogaćivanja ponude kampova. Vjerojatno će sve navedeno utjecati na produženje turističke sezone kao i jačanju konkurentnosti hrvatskog kamping turizma.

4.2.2. Projekt uređenje plaže Val de lesso

Sam projekt uređenja spomenute plaže u Rovinju obuhvaća uređenje objekta komunalne infrastrukture, tj. pješačke staze sa prilazima plaži kao i uređenje sekundarne plaže i hortikulturno uređenje zone. Procijenjeni iznos sredstava iznosi 2,1

milijun kuna, od čega je 700.000,00 sufinanciralo Ministarstvo turizma. Prvom fazom uređenja nastoje se riješiti sljedeći radovi:[46]

- izgradnja obalne šetnice od betonskih pločnika, širine 3 m i dužine 170 m;
- izrada platoa za kemijske toaletne kabine, površine za svlačionice, zone za spasilačku službu, pristupe plaži sa 6 stubišta i rampom za pristup osoba s invaliditetom odnosno smanjene pokretljivosti;
- izrada obalnog potpornog zida u armiranom betonu i s oblogom od kamena;
- izrada betonskog sunčališta prilagođenog osobama s invaliditetom odnosno smanjene pokretljivosti;
- sadnja stablašica, visokog grmlja i trajnica te sjetva travnjaka u zelenim potezima između obalnog zida i šetnice te
- sadnja drvoreda pinija uz šetnicu, dok se većina postojećih stablašica zadržava.

Slika 3. Prikaz uređene plaže Val de lesso



Izvor: Grad Rovinj, http://www.rovinj-rovigno.hr/strategije-i-projekti/investicije-i-projekti/i-faza-uredenja-plaze-val-de-lesso/, (25.7.2017.)

[46]Prema: Grad Rovinj, http://www.rovinj-rovigno.hr/strategije-i-projekti/investicije-i-projekti/i-faza-uredenja-plaze-val-de-lesso/ (27.7.2017.)

Što se tiče same opreme ugradile bi se klupe, stalci za bicikle, tornjevi za spasioce te kabine za presvlačenje (sl. 3).

Također uz financiranje navedene plaže, Istarska županija uz Bolnicu povukla je i 800.000, 00 kuna kako bi se uredila plaža Bolnica 1 u sklopu Bolnice za ortopediju i rehabilitaciju „Dr. Martin Horvat“, a ukupan iznos investicije iznosi 1.589.893,50 kuna.[47] Plaža Val de Lesso smatra se mjesnom plažom te je namijenjena obitelji s djecom, dok je plaža Bolnica 1 tzv. urbana plaža sa sportskim i rekreativnim sadržajima.

Plaža Val de Lesso javna je plaža te se nastoje urediti prostori te javne plaže u funkciji turističke rekreacije prilikom kojih se troše svi prirodni resursi. Cilj je stvoriti uređenu plažu za građane grada Rovinja i turista. Također se nastoje izgraditi dodatni sadržaji te nove ponude na plaži.

Plaža Bolnica 1 (sl.4.) je terapeutska plaža koja bi trebala postati važan impuls u promjeni paradigme medicinskog turizma. Sa cijelim dizajnom sav kompleks bolničke plaže bit će prilagođen osobama sa zdravstvenim poteškoćama. Terapeutska plaža bit će od velike važnosti za pozicioniranje u segmentu medicinskog turizma, gdje će svaki turist s višim stupnjem invalidnosti imati mogućnost uživanja znajući da se može osloniti na sigurno okruženje. Također plaža se nalazi ispred Bolnice za ortopediju i rehabilitaciju „Dr. Martin Horvat“, koja pruža 24-satnu liječničku pomoć kao i intervenciju ukoliko dođe do neželjenog događaja.

[47]Prema: Ministarstvo turizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/160226_odluka_turist_infra.pdf, (27.7.2017.)

Slika 4. Vizualizacija plaže Bolnica 1



Izvor: Grad Rovinj, http://www.rovinj-rovigno.hr/strategije-i-projekti/investicije-i-projekti/i-faza-uredenja-plaze-val-de-lesso/, (25.7.2017.)

Plaža Bolnica 1 bit će jedina sportsko rekreacijska plaža za osobe sa zdravstvenim poteškoćama gdje je moguće uživati na ljetovanju sa visokim stupnjem sigurnosti na cijelom Jadranu. Time se grad Rovinj pozicionirao kao sigurna destinacija medicinskog turizma.

Dakle realizacijom samog projekta vjerojatno bi se povećao broj noćenja unutar Bolnice te turista u samom gradu Rovinju.

4.2.3. Projekt virtualna avantura moslavačke tradicije

Važan element turističkog razvoja Moslavačke regije je Lonjsko polje kao destinacijska turistička atrakcija. Virtualna avantura moslavačke tradicije sadrži nastavak zaštićene arhitektonske cjeline od pet drvenih trijemova – kuća tradicije arhitekture i njihovo stavljanje u turističko-ugostiteljsku svrhu uz postavljanje hologramskih tehnologija oživljavanja povijesti i interpretacije baštine.

Realizacija ovog projekta pridonijet će razvoju dodatnih sadržaja koji će pratiti glavnu turističku destinaciju i time potaknuti razvoj lokalnog lanca opskrbe i vertikalnu integraciju etnogastronomije, povijesne avanture, slobodnog vremena, prirode i drugih podsektora turizma.[48]

Glavni cilj projekta razvoj grada Kutine kao jače turističke destinacije kroz razvoj i unapređenje turističkih proizvoda, izgradnje javne turističke infrastrukture te povijesnu kulturnu baštinu.

Kada se ostvari glavni cilj ovog projekta, jačanje turističke destinacije, pridonijet će se gospodarskom razvoju Moslavine kroz privlačenje sve većeg broja posjetitelja. Nastoji se potaknuti investitore na privatne investicije u turizmu, jer na tom području još uvijek ima neiskorištenih resursa sa velikim potencijalom. U samom projektu poboljšati će se javna infrastruktura s ciljem jačanja potražnje, što bi u konačnici dovelo do konkurentnog, integriranog i obogaćenog turističkog proizvoda Moslavačke regije i Parka prirode Lonjsko polje. Samim proširenjem turističke ponude ojačati će se poduzetništvo koje stavlja fokus na turizam. Odnosno, stvorit će se sinergija između pružatelja usluga unutar i izvan virtualne avanture moslavačke tradicije. Na primjer Seoska domaćinstva u okruženju sa vinskim cestama, biciklističkim stazama i drugim atrakcijama.

Kako danas turisti teže upoznavanju novih kultura, interpretacije prirode i tradicijskog stila života sa ovim projektom, njihova već obnovljena atrakcija sa instaliranim hologramom daje taj interaktivni doživljaj. Dakle novi turistički proizvod je zapravo kombinacija tradicije, kulture i povijesne atrakcije Moslavine.

Opseg projekta "Virtualna avantura moslavačke tradicije" (VAMT) je obnova turističke atrakcije odnosno tradicijske drvene moslavačke arhitekture u povijesnoj jezgri grada Kutine te inovacija opremanja, s dodatkom na unapređenje poduzetništva u turizmu u svrhu unapređenja turističke ponude regije, razvoj integracije između atrakcija i

[48]Prema: Virtualna avantura moslavačke tradicije, Turizam – Kutina http://www.turizam-kutina.hr/Portals/0_/Dokumenti/VIRTUALNA%20AVANTURA%20MOSLAVACKE%20TRADICIJE%20-%20FINAL.pdf, (27.7.2017.)

potencijala povijesne i kulturne jezgre Kutine, Moslavine i Parka prirode Lonjsko polje.[49]

U jednoj prostoriji postavljen je video projektor koji stvara hologram osobe (sl. 5.) u prirodnoj veličini ali koja će se isto tako uklopiti u sam ambijent prostorije kako bi se dobila veća integracija virtualnog medija sa stvarnom okolinom. Posjetitelj ima sliku kao da se stvarna soba nalazi u tom prostoru. Sam sustav obuhvaća upravljački sustav koji s jednog videa odašilje sliku i zvuk na obra zvučnika i projektora te postoji mogućnost ugradnje odabira stranog jezika (sl.6).

Slika 5. Primjer konceptualne ilustracije hologram 1



Izvor: Virtualna avantura moslavačke tradicije, http://www.turizam-kutina.hr/Portals/0/Dokumenti/VIRTUALNA%20AVANTURA%20MOSLAVACKE%20TRADICIJE%20-%20FINAL.pdf, (25.7.2017.)

[49]Prema: Virtualna avantura moslavačke tradicije, Turizam – Kutina http://www.turizam-kutina.hr/Portals/0_/Dokumenti/VIRTUALNA%20AVANTURA%20MOSLAVACKE%20TRADICIJE%20-%20FINAL.pdf, (27.7.2017.)

Slika 6. Primjer konceptualne ilustracije holograma 2



Izvor: Virtualna avantura moslavačke tradicije, http://www.turizam-kutina.hr/Portals/0/Dokumenti/VIRTUALNA%20AVANTURA%20MOSLAVACKE%20TRADICIJE%20-%20FINAL.pdf, (25.7.2017.)

Kroz virtualni oblik oživljene povijesti, koji stvara prisustvo virtualnih animatora posjetitelji će imati mogućnost doživjeti tradicionalne običaje poput ručne izrade narodne nošnje, pečenje kruha, kovanje novčića i slično.

Zaključuje se da projekt privlači sve veći broj posjetitelja zbog svoje specifične ponude moslavačke regije. Glede potražnje nastoji se stvoriti sinergija unutarnje ponude i virtualne avanture moslavačke regije koja bi se uvelike razlikovala od konkurenata. Zajedničkim djelovanjem navedenog privukli bi se posjetitelji i ponude, koje su bazirane na ambijentu doživljaja kako se nekad živjelo hologramskim prikazom. Nudila bi se degustacija lokalne gastronomije poput domaćeg sira, domaćeg meda, inske sorte i slično u svrhu poboljšanja ruralnog turizma u regiji.

Također grad Kutina dobro je povezana regijskim cestama kao i autocestama (A3) te privlači tranzitne turiste. Moslavačka regija time ostvaruje produženje noćenja turista.

4.3. Komentari na provedene projekte

U ovome radu omogućen je pregled primjera nekoliko turističkih projekata koji doprinose turizmu i gospodarstvu Republike Hrvatske, kao i iznos sredstava koja su se trošila za iste projekte. Tim pregledom može se zaključiti kako su se sredstva efikasno koristila, na primjer broj odobrenih projekata u 2017. godini za razvoj posebnih oblika turizma je 102 te njihovo financiranje od strane Ministarstva turizma iznosi 2.760.000,00 kn. Razvoj novih oblika turizma, osobito kulturnog preuzima ulogu osnovne ponude i glavnoga razloga dolaska turista u destinaciju. Započinje revitalizacija urbanog turizma ali i ruralnog turizma kao posljedica želje turista za boravkom u mirnoj sredini, što je navedeno kroz projekt Virtualna avantura moslavačke regije. Međutim u cijeloj Hrvatskoj ima još mnoštvo projekata koji već doprinose ili će tek doprinijeti razvoju turizma i jačanju konkurentnosti hrvatskoga gospodarstva. Osim doprinosa razvoja turizma, nastoji se poticati investitore na otvaranje novih poslova kako bi se smanjila nezaposlenost. Također razni projekti poboljšavaju znanje svojih zaposlenika kroz edukaciju, ali isto tako i održavaju radionice i seminare kako bi mladi koji su u fazi školovanja, bilo to u srednjoj školi ili na sveučilištima, proširila svoja znanja o određenim zanimanjima vezanim uz turizam, što se dokazuje projektom podizanje kvalitete ljudskih potencijala u turizmu. Prilikom implementacije projekata bitno je poštivati politike koje nisu štetne za okoliš. U Hrvatskoj postoji visoka razina različitih proizvoda i kontinuirano obogaćivanje različitih ponuda što u konačnici može utjecati na produženje turističke sezone.

5. Zaključak

Ministarstvo turizma pomaže poslodavcima, turističkim zajednicama, obrazovnim centrima i dr. u želji za realizacijom svojih projekata. Kao članica Europske unije Republika Hrvatska koristi se financijskim sredstvima EU. Europski fondovi od velikog su značenja za turizam. Pomažu zemljama članicama sa financiranjem njihovih projekata i programa. Ipak, ono najvažnije, doprinose razvoju obrazovnog sustava, industrijama i drugim granama. Međutim, Republika Hrvatska nedovoljno iskorištava dostupna sredstva. RH ostvarila je značajan broj projekta no nije postigla svoj maksimum. Kontinuirano se radi na postizanju novih projekata. Kao primjer projekta dani su: Projekt podizanje kvalitete ljudskih potencijala kao preduvjet konkurentnosti hrvatskog kamping sektora, Projekt uređenje plaže Val de lesso i Virtualna avantura moslavačke regije. Neki su uspješno realizirani, a neki će tek postati uspješni. Projekt Virtualna avantura moslavačke regije težio je stvaranju prepoznatljive destinacije moslavačke regije uz uvažavanje lokalnih specifičnosti te jačanju svijesti lokalnog stanovništva unutar te regije. Naravno, postoji još mnoštvo projekata koji su realizirani ili su u procesu. Svi projekti imali su veliku važnost i utjecaj na turizam. Time se pridonijelo inovaciji novih ideja kako zadržati postojeće goste i pridobiti nove.

S aspekta održivosti može se reći da su projekti postigli cilj te u konačnici utječu na produženje sezone koje je ujedno glavni cilj Hrvatske turističke zajednice. Ciljevi navedenih akcijskih planova su postizanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma sinergijom turističke i gospodarske politike na nacionalnoj razini. Strategija razvoja pak teži prepoznatljivosti na međunarodnom tržištu sa velikom dozom konkurentnosti. Razvojem novih selektivnih oblika turizma produžit će se zadovoljstvo klijenata koji uvijek teže ka novom obliku i novoj kulturi te upoznavanju lokalnog.

Zaključuje se kako turizam znatno pridonosi gospodarskom rastu Republike Hrvatske i blagostanju njenih građana, pri tome se bazirajući na održivom korištenju kulturno-povijesnih i prirodnih potencijala te je održivi razvoj turizma prepoznat kao temelj razvoja turizma i kao glavna značajka gospodarskog blagostanja naše zemlje.

6. Literatura

a) Knjiga

1. Belić, M., Štilinović, J. (2009) EU fondovi i programi za turizam, Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova Europske unije, Zagreb

b) Članak:

1. Kersan-Škabić, I., Zubin, C.: Utjecaj izravnih inozemnih ulaganja na rast BDP, na zaposlenost i na izvoz u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, 60 (3-4) 119-151 (2009)

c) Internet izvori:

1. Akcijski plan cikloturizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_AP_ciklotuirizam.pdf, (1.7.2017.)

2. Akcijski plan zelenog turizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715_AP_Zelenog_t.pdf,(1.7.2017.) (1.7.2017.)

3. Državni zavod za statistiku, https://www.dzs.hr/, (1.7.2017.)

4. Europski strukturni i investicijski fondovi, http://www.strukturnifondovi.hr/eu-fondovi, (25.7.2017.)

5. Grad Rovinj, http://www.rovinj-rovigno.hr/strategije-i-projekti/investicije-i-projekti/i-faza-uredenja-plaze-val-de-lesso/ (27.7.2017.)

6. HZZ (Hrvatski zavod za zapošljavanje), http://www.hzz.hr/default.aspx?id=11748, (15.7.2017.)

7. Kamping Udruženje Hrvatske, http://www.camping.hr/hr/projekti, (25.7.2017.)

8. Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, http://www.mspm.hr/print.aspx?id=9&url=print, (1.7.2017.)

9. Ministarstvo turizma, www.mint.hr, (1.7.2017.)

10. Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., www.mint.hr, (1.7.2017.)

11. Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/OPULJP%20hr%2020150709.pdf, (1.7.2017.)

12. Program jačanja konkurentnosti http://www.mint.hr/UserDocsImages/010_160128_konkurentnost.pdf, (1.7.2017.)

13. Strategija razvoja turizma RH do 2020., http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-.turizam-2020.pdf, (1.7.2017.)

14. Uredba o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva turizma (NN 55/14) http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_05_55_1030.html, (1.7.2017.)

15. Virtualna avantura moslavačke tradicije, Turizam – Kutina, http://www.turizam-kutina.hr/Portals/0/Dokumenti/VIRTUALNA%20AVANTURA%20MOSLAVACKE%20TRADICIJE%20-%20FINAL.pdf, (27.7.2017.)

16. Zakon o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave (NN 93/16), http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_10_93_1969.html, (1.7.2017.)

Popis slika

Slika 1. Razvojna načela turizma RH do 2020. godine 8
Slika 2. Vizija razvoja turizma RH do 2020. 10
Slika 3. Prikaz uređene plaže Val de lesso 31
Slika 4. Vizualizacija plaže Bolnica 1 33
Slika 5. Primjer konceptualne ilustracije hologramа 1 35
Slika 6. Primjer konceptualne ilustracije hologramа 2 36

Popis tablica

Tablica 1. Ciljna geografska tržišta i potrošački segmenti 11
Tablica 2. Odobreni projekti temeljem Programa „Konkurentnost turističkog gospodarstva“ (siječanj – srpanj, 2017.) 28

Sažetak

Ministarstvo turizma provodi razne poslove koji su usko vezani za turizam, a neki od poslova su razvoj selektivnih oblika turizma, poboljšanje hrvatskog turizma pomoću investicija, usvajanje različitih strategija kojima se nastoji postići konkurentska sposobnost zemlje, razvoj i poboljšanje kvalitete turističke i ugostiteljske djelatnosti i drugo. Tema ovog rada su projekti Ministarstva turizma i utjecaj na hrvatsko gospodarstvo, koji doprinose ne samo svojim potrebama već i široj društvenoj okolini. U hrvatskom turizmu razina investicijske aktivnosti nije bila na očekivanoj razini. Uglavnom su prevladavale brownfield investicije, a izostalo je ulaganje u razvoj turističke infrastrukture i novostvorenih turističkih atrakcija. Ulaskom RH u EU otvorile su se mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih projekata. Tako na raspolaganju stoje strukturni fondovi, odnosno Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond, Kohezijski fond te Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj. Cilj rada je istražiti, analizirati i prikazati projekte Ministarstva turizma gdje je bitno prikazati koliko se sredstava trošilo i koliko je projekata prijavljeno za pojedine programe. Naglasak se stavlja na održivost projekta te doprinosu razvoja turizma.

Rad se sastoji od uvoda, tri glavna naslova te zaključka. U drugoj cjelini rada govori se općenito o Ministarstvu turizma, prikazujući njihov organizacijski dio te njihove aktivnosti. Treći dio obuhvaća strateške projekte Ministarstva turizma koji se dijele na Strategiju razvoja turizma RH do 2020. godine, zatim EU programi za turizam te akcijske planove. U radu je predstavljena vizija razvoja turizma RH te su prikazani operativni programi. Posljednje poglavlje prikazuje učinke turizma na turističko tržište RH koje obuhvaća prikaz sredstava koja su se trošila za pojedine projekte te su predstavljeni primjeri takvih projekata. Također navode se i različiti fondovi kojima su se projekti financirali. U zaključku su sublimirani rezultati istraživanja.

Ključne riječi: turizam, Ministarstvo turizma, fondovi, gospodarstvo, projekti

Summary

The Ministry of Tourism carries out various activities closely related to tourism, some of which are the development of selective forms of tourism, the improvement of Croatian tourism by means of investments, the adoption of various strategies aimed at achieving the country's competitive ability, the development and improvement of the quality of tourism and catering activities. The topic of this paper are the projects of the Ministry of Tourism and the influence on the Croatian economy, which contribute not only to their own needs but to the wider social environment as well. The level of investment activity in Croatian tourism was not on the expected level. Mainly prevailed the Brownfield investments, while the investing in the development of the tourism infrastructure and newly-built tourist attractions were absent. The accession of the Republic of Croatia to the European Union opened up new opportunities for the use of the funds of European Union for co-financing of different projects. And so the available funds are structural funds, that means the European Regional Development Fund and the European Social Fund, the Cohesion Fund, and the European Agricultural Fund for Rural Development. The purpose of this paper is to research, analyze and show projects of the Ministry of Tourism and to show how much resources were spent and how many projects are reported for each program. The Emphasis is put on the sustainability of the project and on the contribution to tourism development.

The paper consists of the introduction, the three main titles and the conclusion. The second part of the paper is about the Ministry of Tourism in general, showing its organizational part and activities. The third part of the paper covers the strategic projects of the Ministry of Tourism which are divided into the Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020, EU tourism programs and action plans. The paper presents the vision of tourism development in the Republic of Croatia and the displayed operating programs. The last chapter shows the effects of tourism on the tourism market of the Republic of Croatia which includes an overview of the funds spent on individual projects and the examples of such projects. Also mentioned are the various funds financed by the projects. The conclusion consists of the sublimated results of the research.

Key words: Tourism, Ministry of Tourism, funds, economy, projects